



Digital resurshantering på rätt sätt.

Beprövade metoder för att optimera och leverera
personaliserade upplevelser i stor skala.



Organisationer som producerar innehåll i stor skala måste ha ett digitalt resurshanteringsystem. Med ett digitalt resurshanteringsystem kan design- och marknadsföringsteam enkelt och smidigt lagra, ordna, hitta, reproducera och distribuera digitala resurser av alla slag. Ett bra resurshanteringsystem fungerar som en central informationskälla för resurser och spelar en avgörande roll för att skapa personaliserade kundupplevelser.

Med ett effektivt resurshanteringsystem får interna teammedlemmar, kunder, leverantörer och andra intressenter rätt behörighet för organisationens innehållsarkiv – som bilder, dokument, videofilmer med mera – så att de kan samla rätt resurser för att leverera personaliserade kundupplevelser i stor skala.



Vi pratade nyligen med tre företagsledare för att få veta mer om hur de hanterar mediematerial i sina organisationer.



Jon Jory

Senior Vice President, Senior Manager of Media Content, Spectrum Reach



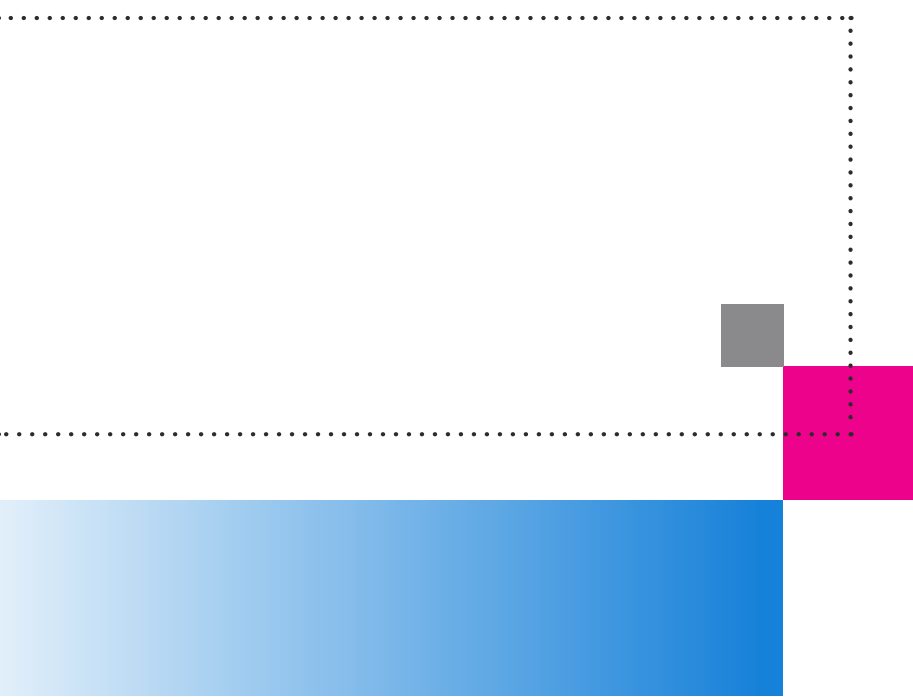
Andrew Isaacs

Vice President, Head of Marketing Operations, Novartis



Elliot Sedegah

Director, Strategy and Product Marketing, Adobe

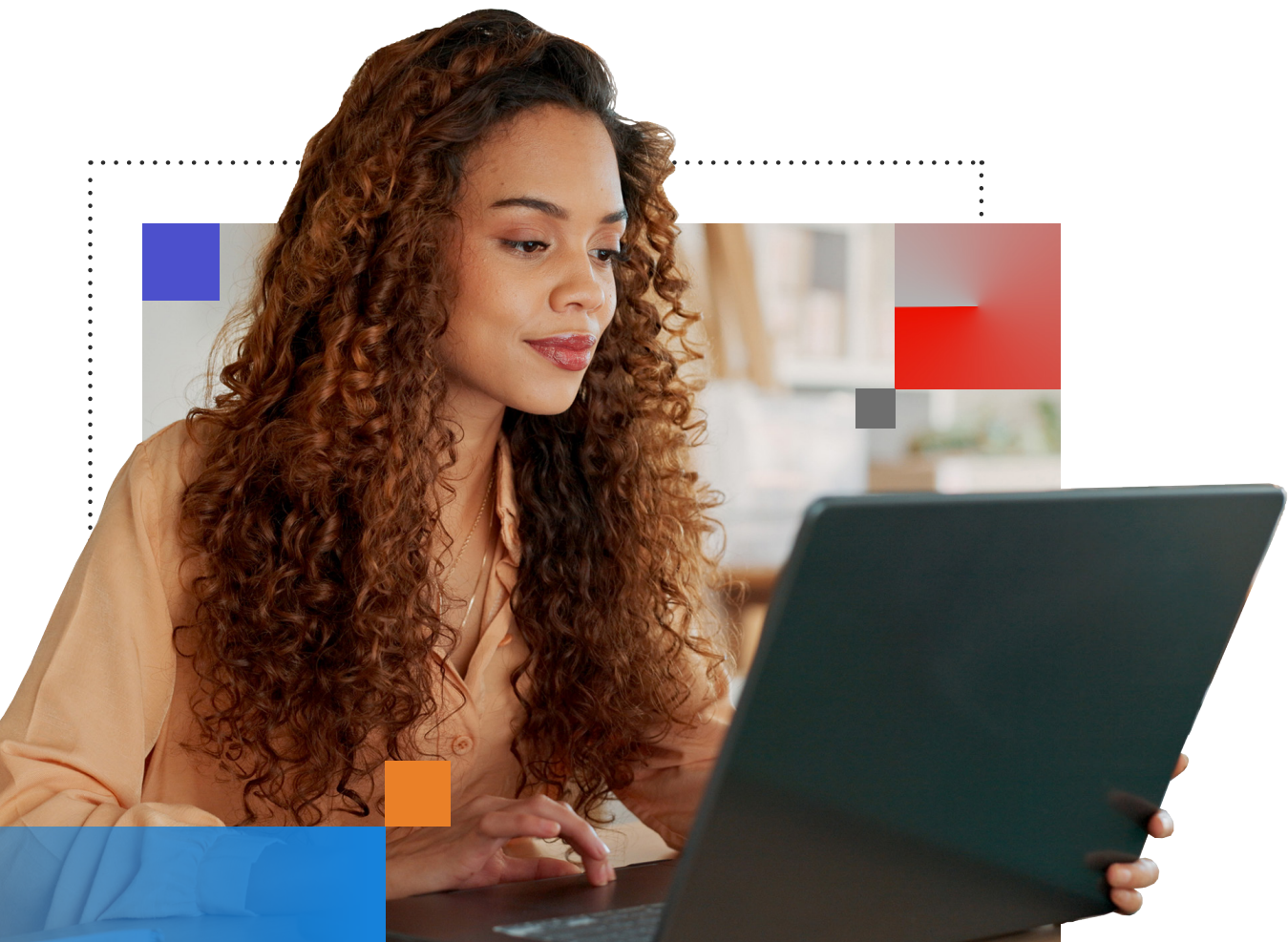


Utmaningarna med att hantera digitala resurser

Utan ett robust resurshanteringssystem är utmaningarna för organisationer många, till exempel försvunna och duplicerade resurser, system som inte är väl integrerade, problem med regelefterlevnad, ineffektiva processer och en oförmåga att skalanpassa.

"Systemuppdateringar är en ständig utmaning eftersom verktygen är hopkopplade", förklarar Jon. "Det finns orderregistreringssystem, trafiksystem och faktureringsystem kopplade till resurshanteringen. Och en åtgärd i ett av systemen får flera effekter nedströms."

Dessutom kan avsaknaden av ett resurshanteringssystem medföra att företaget inte kan hålla jämna steg med efterfrågan på personligt innehåll och även äventyra regelefterlevnaden.



”På grund av regler, krav och efterlevnad i en hårt reglerad bransch är resurshantering mycket komplicerat”, säger Andrew. Läkemedelsindustrin är extremt reglerad. Och det finns krav när företag berättar om varumärken till exempel avseende medberoende eller biverkningar. Så om ett företag har ett läkemedel som till exempel sänker kolesterolet måste de peka på kliniska prövningar, patientpopulationer och så vidare. Dessutom finns det en mängd andra regler för saker som teckenstorlek och bilder. Utöver detta måste vi kunna spåra all information – till exempel gransknings- och godkännandeprocesser med medicinska och juridiska organ samt tillsynsmyndigheter – och allt måste kunna spåras bakåt vid revision ... Jag skulle kunna prata länge om hur komplext det är.”



På grund av regler, krav och efterlevnad i en hårt reglerad bransch är resurshantering mycket komplicerat.



Andrew Isaacs

Vice President, Head of Marketing Operations
Novartis

Styrkan med att samla alla resurser där de behövs.

De flesta företag som saknar effektiva resurshanteringssystem vet att de är ute på hal is när det gäller regelefterlevnad (om det är ett område som gäller dem). De vet också att deras innehåll kan finnas nästan var som helst – de har samma innehåll på flera ställen, de kan inte hitta innehållet när de behöver det, de måste återskapa innehåll – så de slösar på kapacitet, tid och arbete.



"Utan digital resurshantering kan det ta lång tid att bara hitta rätt resurser och det kostar naturligtvis", säger Elliot. "Ju mer man tittar på helheten med vad en organisation försöker göra, desto tydligare blir det hur snett det kan gå. Vi arbetade till exempel nyligen med marknadschefen för en exklusiv hotellanläggning i Las Vegas. De försökte få alla som arbetade med kundupplevelser – marknadsförare såväl som säljare och receptionspersonal – att framföra samma berättelse för kunderna. Och det är jättesvårt när marknadsföringsmaterialet inte är centraliserat."

Han fortsätter: "Många organisationer som vi arbetar med funderar på hur de kan leverera en helhetsupplevelse av hög kvalitet som är enhetlig och stärker deras varumärke. Samtidigt försöker många av dessa organisationer leverera personaliserade upplevelser som är trovärdiga i allt större skala ... Det innehållet måste taggas och struktureras ordentligt så att det kan levereras i rätt sammanhang. Och det är omöjligt om allt är utspritt och finns i olika arkiv – kanske på bärbara datorer eller till och med på en hårddisk hos en byrå som aldrig lämnade tillbaka materialet och placerade det på en central plats, där vem som helst kan dela, använda och återanvända det. Det här arbetet blir aldrig klart."



Utan digital resurshantering kan det ta lång tid att bara hitta rätt resurser och det kostar naturligtvis.

Elliot Sedegah

Director, Strategy and Product Marketing
Adobe



Vad kännetecknar ett bra resurshanteringssystem?

Ett välfungerade resurshanteringssystem bör åstadkomma flera saker. Ett DAM måste betjäna användarna genom att ge dem tillgång till materialet – det bör vara den enda informationskällan för resurser. Det måste också införliva teknik som gör processerna enklare, ökar produktiviteten och effektiviserar samarbetet mellan designteam. Och det bör skydda digitala resurser som innehåller känslig information. Dessutom bör systemet för ett företag som arbetar med att personalisera kundupplevelser vara anpassningsbart och konfigurerbart eftersom kundernas behov förändras snabbt och dagens organisationer använder så många sammankopplade system.

"Alla betjänar någon", säger Jon. "Våra kunder har olika behov. Du kan inte behandla en Toyota-annonsör på samma sätt som du behandlar en lokal annonsör från Ace Hardware. Därför tjänar ingen på att systemet är stelbent."

För Andrew är smidighet och kompatibilitet nyckeln. "Vanligtvis finns det många inbördes relaterade system, inte bara ett eller ens två system. Och det är en del av utmaningen. Jag kan inte berätta i detalj vad som händer internt på grund av läkemedelsindustrins karaktär, men de flesta stora eller globala läkemedelsföretag går från statiska system till personalisering. Som bransch försöker vi uppnå smidighet."

Personalisering förändrar karaktären hos resurshanteringsystem och ökar behovet av dem.

Vid det här laget är alla företag medvetna om att personalisering är nyckeln till att skapa välfungerande kundupplevelser. Personalisering, från enkel segmentering till unika produktrekommendationer, förbättrar kundupplevelsen och försäljningen.

Med ett bra resurshanteringsystem som grund för teknikstacken kan varumärken nå sina personaliseringsmål genom att ta bort flaskhalsar, automatisera och effektivisera granskningsprocesser och göra innehållet enkelt att hitta, använda och återanvända (även på självbetjäningsnivå).

Jon fortsätter: "Enligt min erfarenhet är personalisering inte ett alternativ – det är en nödvändighet. Vi kommer hela tiden tillbaka till frågan om vad kunden tjänar på det."



Enligt min erfarenhet är personalisering inte ett alternativ – det är en nödvändighet. Vi kommer hela tiden tillbaka till frågan om vad kunden tjänar på det.



Jon Jory

Senior Vice President, Senior Manager of Media Content
Spectrum Reach

Adobe kan hjälpa er att leverera personaliserat innehåll längs hela kundresan.

Med ett intelligent resurshanteringssystem kan teamen hålla jämna steg med efterfrågan eftersom innehåll kan skapas och anpassas på en och samma plattform. Det innebär att det blir enklare att hantera de hundratusentals mediefiler som krävs för att leverera personalisering i stor skala.



"Vi ser inte längre på innehåll som ett stort block som vi bara levererar till alla kunder", säger Elliot. "Mängden innehåll vi måste leverera har i många fall tiofaldigats (eller mer) på grund av antalet kanaler, satsningar, olika punkter på köpresan och så vidare. Det är en enorm utmaning för en organisation att producera så mycket innehåll, och det sätter stor press på designteamet."

Han fortsätter: "Vi måste försöka hitta lösningar där vi kan dela upp innehållet i ännu mindre fragment och sedan utnyttja automatisering och AI för att öka mängden innehåll och få in det i rätt kanaler. Och Adobe har gjort detta genom att kombinera vår automatiserings- och designtechnologi med vår AI-teknik för att ge en bild av innehållets hela livscykel – hela vägen från idé via framtagning och hantering till leverans."

Ett av de mest populära resurshanteringsystemen är Adobe Experience Manager Assets. Med det kan organisationer hantera alla resurser på en central plattform med snabbheten och smidigheten hos en molnbaserad lösning. Anta utmaningarna med digital resurshantering – **låt Adobe Experience Manager Assets visa vägen.**

Läs mer



Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2023 Adobe. All rights reserved.